

**Attention-Grabbing
Headlines!**

Write to Persuade!

☒ Engaging
☒ Content

**SEO &
Keywords**

IDEAS

Call to Action

buku ajar

COPYWRITING

Boost Sales!

**Editing &
Proofreading**

AIDA:
Attention,
Interest,
Desire,
Action

**Attract
Audience!**

W. Sigit Raharjo
Abdurokhim
Ikhsan Nendi
M. Khoirul Umam
Puteri Kamilla
Askarno

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)

BUKU AJAR COPYWRITING

W. Sigit Raharjo

Abdurokhim

Ikhsan Nendi

M. Khoirul Umam

Puteri Kamilla

Askarno



BUKU AJAR COPYWRITING

Penulis:

W. Sigit Raharjo
Abdurokhim
Ikhsan Nendi
M. Khoirul Umam
Puteri Kamilla
Askarno
W. Sigit Raharjo

Desain Cover:

Nur Muhamad Safi'i

Tata Letak:

Ida Farida

Editor:

Chiska Nova Harsela | Bagaskara Nur Rochmansyah

ISBN:

978-634-7542-28-1

Hak Cipta 2026, Pada penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2026

by Penerbit Greenbook Publishing Indonesia

All Right Reserved

**Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.**

Greenbook Publishing Indonesia

**Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No. 12, Kedungjaya, Kec. Kedawung
Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45611**

KATA PENGANTAR

Modul Pembelajaran ini disusun sebagai salah satu sumber belajar utama dalam Mata Kuliah Copywriting pada Program Studi Bisnis Digital. Penyusunan modul dilakukan untuk menyediakan bahan ajar yang sistematis, aplikatif, dan selaras dengan capaian pembelajaran lulusan, khususnya dalam pengembangan kompetensi komunikasi pemasaran digital. Seluruh materi dirancang untuk mendukung proses pembelajaran berbasis praktik yang menjadi karakteristik pendidikan vokasi.

Dalam konteks perkembangan industri kreatif dan ekonomi digital, kemampuan menghasilkan teks persuasif yang efektif merupakan keterampilan inti yang diperlukan oleh setiap praktisi pemasaran, kreator konten, maupun pelaku bisnis digital. Oleh karena itu, modul ini tidak hanya memuat konsep dasar copywriting, tetapi juga mencakup strategi penulisan untuk berbagai media digital seperti media sosial, iklan daring, landing page, dan kampanye pemasaran berbasis data. Pendekatan ini diharapkan mampu membekali mahasiswa dengan pemahaman yang relevan terhadap kebutuhan industri serta dinamika perilaku konsumen digital.

Materi yang disajikan disusun secara bertahap, dimulai dari pengenalan konsep, identifikasi audiens, teknik penulisan, hingga evaluasi hasil copy melalui indikator performa yang terukur. Setiap bab dilengkapi contoh, studi kasus kontekstual, serta latihan praktik yang dirancang untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan

mahasiswa dalam menerapkan teori pada situasi nyata. Dengan demikian, modul ini menjadi landasan pembelajaran yang mendukung pengalaman belajar yang mendalam, terarah, dan berbasis kompetensi.

Penyusun berharap modul ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan kualitas pembelajaran di lingkungan Politeknik Siber Cerdika Internasional. Semoga modul ini dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana pengembangan kompetensi mahasiswa, serta menjadi acuan dalam proses pembelajaran yang profesional, berintegritas, dan berorientasi pada kebutuhan dunia usaha dan industri.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Identitas Mata Kuliah	1
B. Deskripsi Singkat	3
C. Capaian Pembelajaran	4
BAB 2 MATERI POKOK COPYWRITING	8
A. Pengantar dan Dasar Copywriting	8
B. Audiens, Target Market, dan Buyer Persona	13
C. Copywriting untuk Media Sosial	18
D. Teknik Menulis Headline dan Subheadline	26
E. Copywriting untuk Iklan Digital (Google Ads, Facebook/Instagram Ads, TikTok Ads)	32
F. Copywriting untuk Website & Landing Page (SEO)	38
G. Panduan Gaya Penulisan (Copywriting Style Guide)	44
H. Copywriting untuk Kampanye Terpadu (Integrated Marketing Communications)	51
I. Analisis Kompetitor	56
J. Copywriting untuk Email & Newsletter	61

K. Copywriting untuk Branding dan Storytelling	66
L. Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas Copywriting	71
M. Etika dalam Copywriting (Prinsip, Batasan, dan Kepatuhan Digital).....	75
N. Etika dalam Copywriting (Prinsip, Batasan, dan Kepatuhan Digital).....	80
BAB 3 METODE PEMBELAJARAN DAN EVALUASI.....	86
A. Strategi Pembelajaran	86
B. Media dan Sumber Belajar.....	88
C. Asesmen dan Penilaian	88
BAB 4 PENUTUP	93
A. Ringkasan Umum	93
B. Implikasi Pembelajaran.....	93
C. Rekomendasi Implementasi di Kelas	94
D. Rencana Pengembangan Lanjutan Modul.....	95
E. Penutup.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97

BUKU AJAR COPYWRITING

Buku Ajar Copywriting ini disusun untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar dalam copywriting, terutama dalam konteks pemasaran digital. Materi yang disajikan dirancang untuk membantu mahasiswa dalam memahami dan menerapkan konsep copywriting melalui pendekatan praktis dan teori. Buku ini mencakup berbagai topik penting seperti elemen dasar copywriting, teknik persuasif AIDA dan storytelling, serta pembuatan pesan yang efektif di berbagai platform digital seperti media sosial, iklan digital, website, dan email.

Selain itu, buku ini juga membahas pentingnya analisis audiens dan persona pembeli, yang menjadi dasar dalam menyusun pesan yang tepat sasaran. Pendekatan berbasis proyek (project-based learning) dan studi kasus nyata memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk berlatih langsung dalam merancang kampanye pemasaran yang efektif.

Dengan penekanan pada aspek etika komunikasi digital, buku ini mengajak pembaca untuk menjaga integritas pesan, menghormati privasi audiens, dan memastikan aksesibilitas bagi semua pengguna. Buku ini juga mengajarkan cara mengevaluasi hasil copywriting dengan menggunakan metrik kinerja seperti CTR, CVR, dan ROAS, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mendorong tindakan yang diinginkan.

Secara keseluruhan, buku ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan copywriting yang aplikatif dan dapat digunakan di dunia industri kreatif dan bisnis digital.

